******

**Ministère des Affaires Religieuses du Culte et des Coutumes**

**Secrétariat Permanent de la Politique Nationale de Prévention et de Lutte contre l’Extrémisme Violent et le Terrorisme**

Stratégie de Communication pour la vulgarisation de la Politique Nationale de Prévention et de Lutte contre l’Extrémisme Violent et le Terrorisme (PNLEVT)

|  |
| --- |
| **Programme d’appui à la stabilisation du Mali à travers le renforcement de l’Etat de Droit****PROSMED** |
|  | **C:\Users\filipo.di-carpegna\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.MSO\D018A266.tmp** |  |

**SOMMAIRE**

[I- Contexte : 4](#_Toc118282029)

[II- Objectifs : 5](#_Toc118282030)

[III- Les cibles : 5](#_Toc118282031)

[IV- Activités à réaliser : 6](#_Toc118282032)

[V- Messages clés : 7](#_Toc118282033)

[VI- Plan d’Action : 9](#_Toc118282034)

[VII-Suivi-Évaluation : 15](#_Toc118282035)

[ANNEXE I : Budget 15](#_Toc118282036)

**Sigles et abréviations**

**AQMI :** Al Qaeda au Maghreb Islamique.

**EIGS :** État Islamique au Grand Sahara.

**GIA :** Groupe Islamique Armé.

**GSPC :** Groupe salafiste pour la prédication et le combat.

**MARCC :** ministère des Affaires Religieuses du Culte et des coutumes.

**MNLA :** Mouvement National de Libération de l’Azawad.

**MISMA-MINUSMA :** Mission des Nations Unies pour la stabilisation du Mali.

**MUJAO :** Mouvement pour l’Unicité du Jihad en Afrique de l’Ouest.

**ORTM :** Office de Radiodiffusion Télévision du Mali.

**PNLEVT :** Politique Nationale de Prévention et de Lutte contre l’Extrémisme Violent et le Terrorisme.

**PNUD :** Programme des Nations Unies pour le Développement.

**SIPRI:** Stockholm International Peace Research Institute.

**SP-PNLEVT :** Secrétariat Permanent de la Politique Nationale de Lutte contre l’Extrémisme Violent et le Terrorisme.

# **Contexte :**

Depuis 2012, le Mali fait face à un cycle de violence né en grande partie de l’occupation d’une partie du pays par les groupes terroristes et autres groupes armés. Malgré les efforts du gouvernement et les appuis des partenaires internationaux, la situation reste critique et les cycles de violence contre les populations civiles et les forces de défense et de sécurité ont atteint des proportions inquiétantes.

Pour faire face à la menace et à la situation sécuritaire, les autorités maliennes, en plus du renforcement des outils de sécurité et de défense, ont entamé des réflexions pour trouver des solutions alternatives à une réponse reposant sur le principe du « tout-sécuritaire ».

C’est ainsi qu’a été élaborée et adoptée une Politique Nationale de Prévention et de Lutte contre l’Extrémisme Violent et le Terrorisme (PNLEVT) en février 2018. Ladite politique se veut être un cadre inclusif de concertation et de coordination interministériel et sectoriel, pour la mise en œuvre des actions du gouvernement et de ses partenaires en matière de prévention et de lutte contre l’extrémisme violent et le terrorisme.

La PNLEVT s’articule autour de cinq piliers : Pilier 1 Prévention ; Pilier 2 Protection ; Pilier 3 Poursuite ; Pilier 4 Réponse ; Pilier 5 Cohésion sociale. Pour sa mise en œuvre, un Secrétariat Permanent est mis en place sous la tutelle du MARCC. Le Comité de pilotage de la PNLEVT est assuré par le Premier Ministre avec l’implication des départements ministériels concernés.

En 2022, cinq ans après son élaboration, plusieurs actions ont déjà été réalisées dans le cadre de la mise en œuvre de ladite politique. Cependant, beaucoup reste à faire vu l’ampleur des objectifs de la PNLEVT et l’importance de la thématique pour les pouvoirs publics.

L’un des défis recensés est relatif à la communication, plus précisément à la vulgarisation de la PNLEVT. Bien que cruciale dans la réponse à l’extrémisme violent et au terrorisme, la PNLEVT parait peu connue auprès des autorités, mais aussi auprès des communautés et du grand public.

Dans l’évaluation de la première phase de la mise en œuvre de la PNLEVT, il ressort que « plus de la moitié de la population sondée au niveau communautaire (58%) ne connaît pas la PNLEVT et ne peut ni apprécier son contenu ni proposer des améliorations adéquates de sa politique ». Selon une étude menée par SIPRI, « 85% des personnes sondées indiquent ne pas connaitre la PNLEVT ».

Pour pallier les lacunes identifiées dans le cadre de la communication, le Secrétariat Permanent avec l’appui du PNUD ont initié cette présente stratégie afin de vulgariser la PNLEVT auprès des communautés et de l’opinion publique.

# **Objectifs :**

L’objectif principal de cette stratégie de Communication est de promouvoir et faire connaitre la PNLEVT auprès des communautés et de l’opinion publique.

Spécifiquement, il s’agira de :

* Assurer l’appropriation de la PNLEVT par les communautés, la société civile, les médias et les acteurs institutionnels ;
* Susciter l’accompagnement des communautés, de la société civile, des médias et de l’opinion aux efforts consentis par les autorités pour endiguer le terrorisme et l’extrémisme violent ;
* Rassurer les populations que la réponse des autorités ne repose pas sur le « tout militaire » ;
* Faire connaitre le rôle du SP-PNLEVT ;
* Mobiliser les partenaires locaux et internationaux aux fins d’appuyer la mise en œuvre de la PNLEVT.

# **Les cibles :**

1. **Les cibles :**

1. **Les cibles primaires :** les populations maliennes/opinion publique
2. **Les cibles secondaires :** leaders d’opinion, responsables locaux, régionaux et Nationaux : médias nationaux et locaux ; blogueurs, chroniqueurs et influenceurs ; responsables locaux/régionaux/Nationaux des organisations de la société civile, et les OSC intervenant sur les thématique de l’extrémisme violent ; autorités locales des régions.
3. **Les cibles tertiaires :** partenaires techniques et financiers.
4. **Analyse des cibles :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cibles** | **Statuts** | **Canaux** | **Connaissance de la PNLEVT** |
| Les populations maliennes/opinion publique | Cible primaire | Communication personnelle/ de masse (TV, Radio)Réseaux sociaux  | Cette catégorie des cibles ne dispose pas ou très peu de connaissance de la PNLEVT |
| Leaders d’opinion, responsables locaux, régionaux et Nationaux : médias nationaux et locaux ; blogueurs, chroniqueurs et influenceurs ; responsables locaux/régionaux/Nationaux des organisations de la société civile, et les OSC intervenant sur les thématique de l’extrémisme violent  ; autorités locales des régions | Cibles secondaires | Médias traditionnels (TV, Radios, Journaux)Réseaux sociaux | En l’absence de données/statistiques complètes, on peut déduire que cette catégorie de cible a une faible connaissance de la PNLEVT  |
| Partenaires techniques et financiers | Cible tertiaire | Médias traditionnels (TV, Radios, Journaux)Réseaux sociaux | Cette catégorie a une certaine connaissance de la PNLEVT mais pas forcément des activités du SP PNLEVT |

# **Activités à réaliser :**

1. Organisation de sessions d’information avec les médias nationaux et internationaux pour faire connaitre la PNLEVT et développer les raisons de cette approche ;
2. Organisation de sessions d’informations sur la PNLEVT avec les médias alternatifs, acteurs des réseaux sociaux (blogueurs, chroniqueurs et faiseurs d’opinion) ;
3. Passages médiatiques du SP PNLEVT /des Experts du SP aux émissions télévisées et radiophoniques populaires (ORTM, Africable, Renouveau TV, Joliba, Kledu) ;
4. Passages médiatiques du SP PNLEVT sur les plateaux des Web TVs influentes (Ouverture Media, Kati 24, Ghandi Malien) ;
5. Production d’un bulletin d’information du SP PNLEVT sur les activités réalisées dans le cadre de la PNLEVT (semestriel ou annuel) ;
6. Production et distribution de dépliants/brochures qui contiennent les informations essentielles sur la PNLEVT ;
7. Production et radiodiffusion de spots (format radio de 10 à 15 mn) dans les langues locales à diffuser dans les radios du réseau URTEL pour faire connaitre les grandes lignes de la PNLEVT ;
8. Réalisation et diffusion d’un spot télé (1 mn) sur la PNLEVT, ses objectifs et sa vision (à diffuser sur ORTM et Africable et sur les réseaux sociaux) ;
9. Organisation des sessions publiques d’information et d’échanges dans les régions avec les autorités locales, les forces vives, les organisations de la société civile pour faire connaitre la PNLEVT et répondre aux préoccupations des acteurs de la société ;
10. Création et alimentation régulière des pages des réseaux sociaux (Facebook et Twitter) et site internet du SP-PNLEVT ;

# **Messages clés :**

***« La prévention et la lutte contre l’extrémisme violent requiert un ensemble coordonné d’actions, la PNLEVT est une réponse holistique des autorités maliennes face à ce fléau mondial »***

***« Combattre l’extrémisme violent et le terrorisme passe surtout par apporter des solutions aux causes profondes de ce fléau, cette question est au cœur de la PNLEVT »***

***« La PNLEVT donne une réponse globale aux problèmes de la prévention et de la lutte contre l’extrémisme et qui implique tous les acteurs de la Nation. Chacun a un rôle à jouer dans cette lutte »***

***« La PNLEVT n’intervient pas seulement en réaction au terrorisme, mais il s’agit d’un outil de prévention et d’éradication des idéologies d’extrémisme violent »***

# **Plan d’Action :**

|  |
| --- |
| **Activité 1- Organisation d’une session d’information avec les médias nationaux et internationaux sur la PNLEVT** |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Familiariser les journalistes avec la PNLEVT | Journalistes | Journée d’échange avec les médias | Manque de financement | Permettra aux journalistes de mieux traiter le sujet avec d’amples information.Un bon canal pour distribuer le matériel de communication relatif à la PNLEVT | SP PNLEVTExperte Com PNLEVT |  |
| **Activité 2- Organisation d’une session d’information avec les blogueurs, influenceurs et chroniqueurs des réseaux sociaux** |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Vulgariser la PNLEVT auprès des acteurs des réseaux sociaux | Blogueurs, influenceurs et chroniqueurs | Journée d’échange avec les acteurs des réseaux sociaux | Manque de financement | Permettra aux acteurs des réseaux sociaux de mieux traiter le sujet avec d’amples informations.Un bon canal pour distribuer le matériel de communication relatif à la PNLEVT | SP-PNLEVTExperte Com SP-PNLEVT |  |
| **Activité 3 - Passages médiatiques du SP PNLEVT /des Experts du SP aux émissions télévisées et radiophoniques populaires (ORTM, Africable, Renouveau TV, Joliba, Kledu) ;** |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Vulgariser la PNLEVT et son contenu au grand public | Population malienne/ Opinion publique | Émissions télévisées | FinancementDisponibilité des émissions  | Permettra de toucher le grand public | SP-PNLEVTExperte Com SP-PNLEVT |  |
| **Activité 4- Passages médiatiques du SP PNLEVT sur les plateaux des Web TV influente (Ouverture Media, Kati 24, Ghandi Malien) ;** |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Atteindre le public sur les réseaux sociaux | Population malienne/ Opinion publique | Réseaux sociaux |  | Permettra d’atteindre un grand public sur internet,Permettra également d’interagir avec les internautes maliens  | SP-PNLEVTExperte Com SP-PNLEVT |  |
| **Activité 5- Production d’un bulletin d’information du SP PNLEVT sur les activités réalisées dans le cadre de la PNLEVT (semestriel ou annuel) ;** |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Créer un canal de communication additionnel dans le cadre de la vulgarisation de la PNLEVT | Les administrations au niveau national, régional et localLes partenaires techniques et financiers | Magazine papier | Disponibilité de financements,Logistique | Permettra de toucher les cibles secondaires et tertiaires | SP-PNLEVTExperte Com SP-PNLEVT |  |
| **Activité 6- Production et distribution de dépliants/brochures qui contiennent les informations essentielles de la PNLEVT ;**  |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Vulgariser la PNLEVT et son contenu au grand public | Primaires, secondaires et tertiaires | FlyersBrochures d’information  | Disponibilité de financements | Facilitera la disponibilité des informations essentielles  | SP-PNLEVTExperte Com SP-PNLEVT |  |
| **Activité 7- Production et radiodiffusion de spots (format radio de 10 à 15 mn) dans les langues locales à diffuser dans les radios du réseau URTEL pour faire connaitre les grandes lignes de la PNLEVT** |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Vulgariser la PNLEVT et son contenu au grand public | Population malienne/ Opinion publique | Radios locales  | Disponibilité de financements | Touchera une grande partie de la population en langues locales | SP-PNLEVTExperte Com SP-PNLEVT |  |
| **Activité 8- Réalisation et diffusion d’un spot télé (1 mn) sur la PNLEVT, ses objectifs et sa vision ( à diffuser sur ORTM et Africable et sur les réseaux sociaux) ;** |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Vulgariser la PNLEVT et son contenu au grand public | Population malienne/ Opinion publique | Télévision nationale,Réseaux sociaux | Disponibilité de financements | Touchera un grand nombre du public de la chaine nationale | SP-PNLEVTExperte Com SP-PNLEVT |  |
| **Activité 9- Organisation des sessions publiques d’information et d’échanges dans les régions avec les autorités locales, les forces vives, les organisations de la société civile pour faire connaitre la PNLEVT et répondre aux préoccupations des acteurs de la société** |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Vulgariser la PNLEVT et son contenu au grand public | Leaders d’opinion, responsables locaux, régionaux ; médias locaux ; responsables locaux/régionaux des organisations de la société civile, et les OSC intervenant sur les thématique de l’extrémisme violent  ; autorités locales des régions ;Responsables communautaires ; | Conférences publiques dans 10 capitales régionales  | Disponibilité de financementsSituation sécuritaireMobilisation des participants | Faciliteront l’appropriation par le niveau local et régional de la PNLEVT Un cadre idéal pour partager le matériel de communication avec les représentants locaux  | SP-PNLEVTExperte Com SP-PNLEVT |  |
| **Activité 10- Création et alimentation régulière des pages des réseaux sociaux (Facebook et Twitter) et site internet du SP-PNLEVT** |
| **Objectifs** | **Cible** | **Canal/Support** | **Contraintes** | **Atouts** | **Responsable** | **Budget** |
| Vulgariser la PNLEVT et son contenu au grand public |  Grand public  | Pages sponsorisées sur les réseaux sociaux (Facebook et twitter) |  | Permettront la disponibilité de canaux de communication pour interagir avec les internautesMais aussi des outils pour amplifier la communication du SP-PNLEVT | SP-PNLEVTExperte Com SP-PNLEVT |  |

# **Suivi-Évaluation :**

La mise en œuvre opérationnelle de la présente stratégie incombera à l’experte en charge de la communication du SP-PNLEVT sous la supervision du Secrétaire Permanent du PNLEVT. Ce dernier assure également le suivi des activités par l’intermédiaire de l’Expert chargé du Suivi-Évaluation qui développera les outils techniques pour l’évaluation.

Des réunions périodiques seront organisées en vue d’analyser l’état de l’implémentation des activités et y apporter les ajustements indispensables pour plus d’efficacité dans l’atteinte des impacts/objectifs prévus.

# **ANNEXE I : Budget**